

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Putra Mahkota, Imam Suyadi, Riyadi, 2014, Pengaruh Kepercayaan, dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pelanggan Website Ride Inc), *Jurnal Administrasi (JAB) Vol 8, No. 2*.
- Ba dan Pavlou, 2012, Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce, Vol. 3 No.3 pp.1-10*.
- Bachmann & Zaheer, 2006, *Handbook of Trust Research*. USA: Edward Elgar Publishing, Incorporated.
- Cateora dan Graham, 2007, *Pemasaran Internasional*, Salemba Empat, Jakarta.
- Club Body Sipp, 2018, Jumlah Keluhan dan Data Pengunjung.
- Chen & Phillon, 2013, Interpreting Dimensions of Consumer Trust in e-. Commerce, *Information Technology dan Management, 4, 303-318*.
- Edwin & Nwaizugbo, 2013, Effects of Intrinsic Product Cues On Consumers Purchase Intention, *International Refereed Reserach Jourunal, Vol 14, No. 3. pp 1-11*.
- Dhio Panji Pratama¹, Hari Susanta & Sri Suryoko, 2017, Pengaruh *Threat Emotions*, Kepercayaan Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Actifit, *Diponegoro Journal of Social and Politic, Vol 1 No. 3 Hal. 1-10*
- Doney dan Canon, 2012, An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing, Vol. 61, No. 2, pp: 35-51*.
- Donni Juni Priansa, 2016, Pengaruh E-Won dan Persepsi Nilai terhadap Konsumen untuk Berbelanja Online di Lazada, *Ecodemica, Vol IV. No.1*.
- Driyanto Wahyu Wicaksono , Bagus Putu Yudhia K Dan Hariadi Subagja, 2015, Pengaruh *Personal Selling*, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Di Toko Bagiak Pelangi Sari Banyuwangi, *Jurnal Ilmiah INOVASI, Vol.15 No.3 Hal. 132-141*.
- Ferdinand, 2012, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gefen ,2010, E-commerce: the role of familiarity and trust, *Omega 28, 725–737*,

- Holbrook, 2014, The Chain Effect from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, Vol 2, No 2, pp. 81-93.
- Imam Ghozali, 2012, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Juwita Mariska, Robot/2015/Analisis Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity dan Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3 ,No.3, hal 254-267*.
- Kevin Dillon Prakarsa, 2017, Personal Selling, Sales Promotion dan Public Relation terhadap Keputusan Pembelian di Sodakocha, *Performa Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol 1, No 6*.
- Kotler dan Kelle, 2008, *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller, 2011, *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Lim et al , 2011, *Sustainable Marketing Enterprise In Asia*. Prentice Hall. Singapura.
- Mangara Abdul , 2013, *Analisis Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth. (WOM) terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Blackberry*.
- Moorman, 2013, *Factors Affecting Trust in Market Research Relationships*". *Journal of Marketing*. Vol 57. pp 81-101.
- Morgan & Hunt, 2014, The commitment-trust theory of relationship marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20 -38.
- Parasuraman, 2017, The Behaviorial Consequenses of Service Quality, *Jurnal of Marketing*. Vol 60.
- Ratna Dwi Kartika Sari, Sri Rahayu Tri Astuti, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Word Of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang, *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012, Hal 1-17*.
- Refi Eko Priyanto, Edi Safni Rosa dan Rini Syarif, 2014, Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 2 No. 1, 2014pp. 69-78*.
- Santoso dan Tjiptono, 2011, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sekaran, 2012, *Research Methods for business Edisi I and 2*, Salemba Empat, Jakarta.

- Setiadi, 2013, *Perilaku Konsumen :Konsep dan. Impilikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana, Jakarta.
- Sugiyono, 2014 *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, 2012, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya*. Pemasaran. Bogor
- Sutisna, 2013, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Edisis kedua,. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swastha & Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran “. Analisa perilaku konsumen “. Edisi pertama cetakan ketiga*. BPFE-. Yogyakarta.
- Swastha, 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Sweeney dan Soutar, 2011, “Consumer perceived value: the development of a multiple item scale”. *Journal of Retailing*, Vol. 77, pp. 203-205.
- Tesalonika Tiffany Tilaar, 2017, Pengaruh Store Atmosphere dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada RM D’Fish Kawasan Megamas Manado), *Jurnal EMBA Vol 5 No.3*.
- Tjiptono, 2010, *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta.
- <http://www.topbrand-award.com/>